

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP MENGURANGI SAMPAH PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK @PANDAWARAGROUP

Farrel Ardan¹⁾, Susi Dhewi Kurniawati²⁾
Broadcasting, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

Correspondence

Email: farrel.ardan2001@gmail.com¹⁾,
Susikurni@gmail.com²⁾

No. Telp:

Submitted: 18 Februari 2024

Accepted: 28 Februari 2024

Published: 29 Februari 2024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap sikap mengurangi sampah pada *followers* akun tiktok @pandawaragroup. Sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 100 orang. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dan menggunakan teknik regresi sederhana. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap mengurangi sampah pada *followers* tiktok @pandawaragroup. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel X, media sosial, valid karena memperoleh nilai tertinggi 0,706 dan terendah 0,541, sedangkan variabel Y, sikap, valid karena memperoleh nilai tertinggi 0,711 dan terendah 0,571, yang lebih tinggi dari r_{tabel} dengan nilai 0,195. Uji reliabilitas variabel (X) Media Sosial memperoleh nilai alfa Cronbach sebesar 0,830 di atas 0,60, yang menunjukkan bahwa variabel dalam kuesioner (X) dianggap reliabel. Uji reliabilitas variabel (Y) Sikap memperoleh nilai alfa Cronbach sebesar 0,830 di atas 0,60, yang menunjukkan bahwa variabel dalam kuesioner (Y) dianggap reliabel. Nilai kekuatan sebesar 0,682 muncul dalam hubungan antara variabel independen (bebas), atau variabel X, media sosial, dan variabel dependen (terikat), atau variabel Y, sikap. Nilai-nilai ini masuk ke dalam rentang korelasi sempurna, atau dengan kata lain, media sosial memainkan peran yang signifikan dalam mengubah sikap pengikut tiktok @pandawaragroup terhadap konten. Sebagai hasil dari uji koefisien determinasi yang menghasilkan hasil 0,394, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel X terhadap Y adalah sebesar 39%, dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memengaruhi sisanya, yaitu $100\% - 39\% = 61\%$.

Kata kunci: Media social; Sikap; Pengikut; Tiktok @pandawaragroup

ABSTRACT

In this study, the @pandawaragroup tiktok account's followers' attitudes toward decreasing trash are discussed in relation to social media. 100 persons make up the study's sample. This study employs a quantitative approach and a straightforward regression methodology. A purposeful sample is utilized in the sampling procedure. The study's findings demonstrate that social media significantly affects followers of tiktok @pandawaragroup's attitude about minimizing trash. Because it receives the greatest result of 0.706 and the lowest of 0.541, as well as the validity test variable (Y), the results of the validity test demonstrate that variable X, or social media, is pronounced legitimate. A Cronbach's Alpha score of 0.830 > 0.60 was obtained for the social media variable (X) reliability test. substantiate the claim that the variable (Y) in the questionnaire is dependable. The strength value of the association between the independent variable (free) or X variable, which is social media, and the dependent variable (bound) or Y variable, which is attitude, is 0.682. This number is perfectly correlated, which means that social media plays a significant influence in the mindset of minimizing waste among tiktok followers of @pandawaragroup. The coefficient of determination test yielded a result of 0.394, leading to the conclusion that the variable X to Y is 39%, with the remaining (100% - 39% = 61% being influenced by other variables not explored in this study), being influenced by other variables.

Keywords: Social media; Attitude; Followers; Tiktok @pandawaragroup

Pendahuluan

Depo Sarimukti (TPA) di Kabupaten Bandung Barat saat ini dinilai kelebihan muatan. Beberapa waktu lalu, Bandung kembali menghadapi kendala pengangkutan sampah akibat cuaca ekstrem. Peristiwa ini hampir sama dengan tahun 2005, ketika Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Leuwigajah diterjang longsor. Karena kejadian tersebut, Bandung mendapat julukan Bandung Lautan Sampah. (Sumber : <https://www.kabaralam.com/>).

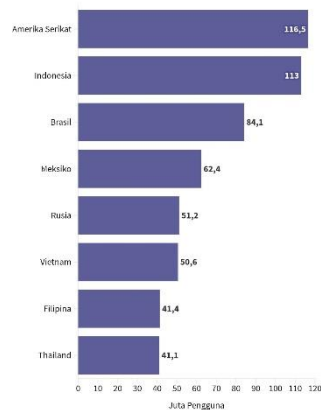
Kemudian pada tahun yang sama tepatnya di 21 Februari 2005 yaitu mengalami tragedi sampah terparah di Indonesia di TPA Leuwigajah, Kota Cimahi. Akibat sampah yang menumpuk disertai hujan deras, mengakibatkan tanah longsor dan menewaskan 157 orang yang tertimbun reruntuhan. Kejadian ini dimulainya Hari Pengelolaan Sampah Nasional (HPSN). (Sumber : <https://greeneration.org/>).

Setelah itu, Pemkot Bandung gagal membayar kompensasi untuk layanan pengelolaan sampah di TPA Sarimukti di Kabupaten Bandung Barat. Pemerintah Provinsi Jawa Barat telah mengirimkan tiga surat peringatan kepada Wali Kota Bandung terkait tunggakan yang mencapai Rp2,6 miliar dari tahun 2011 hingga 2016. Dengan demikian, Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sarimukti ditutup sementara, yang mengakibatkan antrean truk sampah. (Sumber : <https://megapolitan.antaranews.com/>).

Selanjutnya, pada 5 Juni 2023 terjadi hujan deras yang menggenangi puluhan rumah di Jalan Kopo Kota Bandung. Drainase yang buruk dan sejumlah besar sampah membanjiri daerah tersebut. Meski telah dipasang pompa penyedot namun kawasan tersebut selalu rawan banjir karena aliran air yang deras. (Sumber : <https://news.okezone.com/>).

Semua yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa masalah sampah Kota Bandung belum tuntas. Untuk meningkatkan semangat dan kepedulian terhadap lingkungan, konten media digunakan sebagai wadah untuk mengedukasi masyarakat tentang lingkungan. Media sosial sendiri merupakan media *online* baru yang memfasilitasi interaksi antar individu. Media sosial menciptakan dialog interaktif yang dulunya komunikasi. Dengan media baru ini, setiap orang dapat membuat, mengunggah, dan mempublikasikan konten mereka seperti artikel, berita, foto, atau video. (Sumber : McQuail & Denis, 2005).

Grafik 1.1: 8 Negara dengan Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia



(Sumber : <https://dataindonesia.id/>).

Dengan 113 juta pengguna, Indonesia sekarang menjadi negara terbanyak kedua di dunia untuk pengguna Tiktok. Pada tahun 2023, total pengguna akan mencapai 1,09 miliar. Media sosial menjadi populer di Indonesia karena algoritma rekomendasi yang kuat yang memungkinkan video dikirim sesuai dengan preferensi dan perilaku pengguna. Hal ini membuat pengguna tetap terlibat dan tertarik untuk mempelajari lebih banyak konten aplikasi. (Sumber : <https://suarabanyumas.com/>).

Seperti yang dijelaskan pada uraian di atas, Indonesia menempati urutan kedua dalam jumlah pengguna Tiktok. Oleh karena itu, sekelompok anak muda Bandung memanfaatkan media sosial Tiktok untuk mensosialisasikan edukasi warga Bandung khususnya partisipasi dalam pengurangan sampah. Diharapkan setiap postingan atau konten yang dipublikasikan

dapat mengubah sikap masyarakat tentang pelestarian lingkungan dengan membantu mengurangi sampah. Sikap adalah "kecenderungan untuk mengasosiasikan pemahaman dengan perilaku terhadap suatu objek, dan sikap memiliki komponen kognitif, afektif, dan konatif." (Allport, G. W. (1935). Attitudes.).

Berawal dari keresahannya mengenai masalah banjir yang kerap melanda kawasan rumah mereka, Jalan Caringin, Kopo, Kota Bandung. Munculah rasa penasaran tentang penyebab sering terjadinya banjir. Dari keingintahuan itu maka di temukanlah sampah menumpuk yang menjadi penyebab banjir. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya sungai di sekitar mereka yang kotor, tersumbat sampah hingga air tidak bisa mengalir. Oleh karena itu, yang menjadikan alasan terbentuknya Pandawara *Group* berisikan 5 orang anak muda asal Bandung. Kelompok ini menggunakan media sosial tiktok dengan akun @pandawaragroup bertanda biru memiliki 7 juta pengikut mengajak *followers* mereka agar menjadi contoh bagi masyarakat sekitar untuk membuang sampah pada tempatnya. (Sumber : <https://waste4change.com/>).

Gambar 1.1 Profil Tiktok @pandawaragroup



(Sumber : Tiktok @pandawaragroup).

Pandawara telah beroperasi Sejak awal, fokusnya adalah membersihkan sungai dan saluran air di sekitar pemukiman. Dan juga berusaha membersihkan sungai Citarum di Jawa Barat.

(Sumber : <https://www.kompas.com>).

Dari fenomena di atas yang menjadikan alasan untuk mengkaji penelitian ini lebih dalam, maka fokus masalah ini adalah sebagai berikut :

“Sejauh ini, kelompok Pandawara telah membersihkan total 30 sungai, kanal, dan tempat wisata di kawasan Bandung. Berkat slogan kebanggaan "Jangan bersihkan, kurangi", kegiatan dan konten yang dipublikasikan mendapat begitu banyak reaksi positif dari masyarakat. Dapat dilihat pada gambar kegiatan pembuangan limbah Kelompok Pandawara. (Sumber : <https://www.kompas.com>).

Gambar 1.2 Kegiatan Pandawara Group

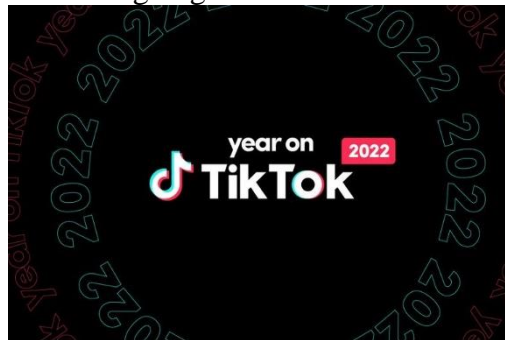


(Sumber : <https://www.kompas.com>).

Di balik perbuatan mulia kelompok Pandawara, mereka sering menemukan situasi yang mengancam jiwa. bahwa suatu hari saat sedang membersihkan sungai, kelimanya bertemu dengan seekor ular namun hal tersebut tidak menyulutkan rasa semangat untuk tetap melakukan kegiatan pembersihan sungai. (Sumber : <https://narasi.tv/>).

Pandawara Group berhasil memenangkan penghargaan dari Tiktok karena terus membagikan konten positif tentang kepedulian lingkungan dengan membersihkan dan mengurangi sampah, seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.3 Penghargaan Tiktok Local Heroes 2022



(Sumber : <https://money.kompas.com/>).

Atas penampilan tersebut, Grup Pandawara memenangkan TikTok Award 2022 sebagai Pahlawan Lokal TikTok. Hal ini karena Grup Pandawara menginspirasi generasi muda untuk menjaga lingkungan. (Sumber : <https://money.kompas.com/>).

Gambar 1.4 Pandawara Group Menerima Penghargaan Green Awards Indonesia 2023



(Sumber : <https://www.liputanbekasi.com/>).

Kelompok Pandawara tidak hanya mendapatkan penghargaan dari Tiktok, namun juga dibuktikan dengan meraih sertifikat dan piagam Indonesia *Green Award 2023* sebagai *best green communication 2023*. Penghargaan ini diraih untuk kegiatan pembuangan limbah. dalam aliran yang membuat konten media sosial menjadi viral dan menginspirasi banyak orang. (Sumber : <https://www.liputanbekasi.com/>).

Gambar 1.5 Gambar Pandawara *Group* Diliput oleh Akun NAS DAILY *Vlogger International*

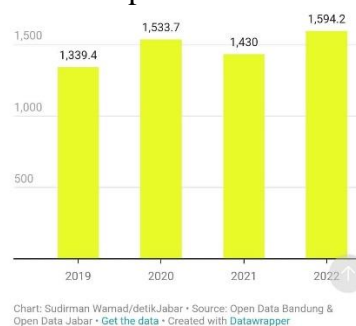


(Sumber : <https://video.okezone.com/>).

Karena tindakannya dapat menguntungkan masyarakat Kota Bandung. Nas Daily dan *Vlogger International* memberikan liputan kepada Pandawara. Nuseir Yassin, seorang warga Israel yang saat ini berprofesi sebagai *vlogger*, dikenal sebagai Nas Daily. (Sumber : <https://video.okezone.com/>).

Grup Pandawara aktif memposting kegiatan di media sosial, memberikan informasi tentang kebersihan situs dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi. Namun, hal tersebut tidak mendapat reaksi positif dari warga sekitar. Hal ini dapat dilihat dari informasi berikut:

Grafik 1.4 Jumlah Sampah di Kota Bandung 2019-2022



(Sumber : <https://www.detik.com/>).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung, produksi sampah makanan di Kota Bandung akan menjadi 709,73 ton per hari pada tahun 2023. Atau 44,52 persen dari sampah harian Kota Bandung. Bagian kedua adalah sampah plastik. 266,23 ton sampah plastik jenis ini dihasilkan setiap harinya. Atau 16,70 persen. Sampah kertas menempati urutan ketiga. Sampah kertas jenis ini sebanyak 209,16 ton per hari. Atau 13,98 persen dari total produksi sampah harian Kota Bandung. (Sumber : <https://www.detik.com/>). Sampai 2023, Bandung masih menghadapi masalah sampah. Selama tiga bulan pertama tahun 2023, 1.131 ton sampah dikirim dari Kota Bandung ke TPA Sarimukti. Ini terjadi pada Januari, Februari, dan Maret, masing-masing. (Sumber : <https://bandungbergerak.id/>).

Menurut Pasal 49(1)(b) UU tersebut, tidak semua orang berhak membuang sampah di lingkungan atau di tempat yang telah ditentukan. Dalam hal terjadi pelanggaran asas ini, pasal 57 ayat (1) mengatur bahwa barangsiapa melanggar ketentuan pasal. 49 dapat dihukum penjara hingga tiga bulan atau denda hingga Rp. 50 juta. Tidak hanya jumlah sampah yang meningkat selama 4 (empat) tahun terakhir, Bandung juga menjadi penghasil sampah terbesar di Jawa Barat. (Sumber : <https://jabarekspres.com/>).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah media sosial mempunyai pengaruh terhadap sikap peduli lingkungan pada *followers* Akun Tiktok @pandawaragroup ?

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap sikap peduli lingkungan pada *followers* akun tiktok @pandawaragroup.

Tinjauan Literatur

Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini, beberapa penelitian sebelumnya digunakan sebagai referensi. Kajian pertama dalam jurnal Putri Rahmadhan (2022) berjudul “Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan”. Greenpeace Indonesia menggunakan Twitter untuk melakukan kampanye lingkungan. Studi ini akan menyelidiki bagaimana akun Twitter @GreenpeaceID dapat berdampak positif pada sikap lingkungan pengikutnya dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil ditentukan oleh dua variabel, lima subvariabel x, dan tiga subvariabel y, serta dua puluh empat pernyataan dalam kuesioner. Metode kuantitatif digunakan untuk menyelidiki bagaimana akun Twitter @GreenpeaceID memengaruhi sikap lingkungan pengikutnya.

Kajian kedua oleh Wanda Hanifah (2022) berjudul “Pengaruh Kampanye #PawaiFreePlastic Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Followers Instagram @iddkp”. Studi ini bersifat kuantitatif dan menggunakan metode survei. Jumlah peserta adalah 99. Hasil studi menunjukkan bahwa koefisien korelasi uji berkisar antara 0,61 dan 0,80. Hasilnya menunjukkan bahwa #PawaiBebasPlastik2021 meningkatkan perilaku lingkungan pengikut Instagram @Iddkp. Berdasarkan hasil uji determinasi, koefisien determinasi sebesar 43,2% menunjukkan bahwa perilaku perlakuan dipengaruhi oleh kampanye sebesar 43,2%. Faktor tambahan menyumbang 56,8% sisa.

Kajian ketiga, Lativa Ayu Nurcahyanti (2022), menjadi judul pesan kampanye The Body Shop #KERENTANPANYAMPAH BBOB 2.0 tentang isu lingkungan (polling follower Instagram @thebodyshopindo.impact). Studi ini menyelidiki bagaimana sikap lingkungan pengikut akun Instagram @thebodyshopindo berdampak pada pesan yang dikirim oleh kampanye "Bring Back my Bottle" The Body Shop. Sampel penelitian terdiri dari 100 orang. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan regresi sederhana; pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling acak sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kampanye memiliki kejelasan tertinggi secara rata-rata. Komponen kognitif variabel sikap peduli lingkungan sebesar 3,75. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) memberikan koefisien (R -squared) sebesar 0,499, yang menunjukkan bahwa variabel bebas (X), pesan kampanye, mewakili 49,9% dari sikap menjaga lingkungan dalam variabel terikat (Y).

Teori Sosial Kognitif

Teori ini merupakan pengembangan dari teori pembelajaran sosial (*Social Learning Theory*) dari Albert Bandura. Jika teori *Social Learning* mengatakan bahwa manusia belajar berperilaku dari lingkungan sosialnya (keluarga, teman bermain, dll). Maka, teori Kognitif Sosial (*Social*

Cognitive Theory) khusus membandingkan tentang bagaimana khalayak belajar dari media utamanya yaitu, media sosial. (Andika Respati, 2021).

Teori Sosial Kognitif memiliki konsep utama yang disebut dengan *Observational Learning*. *Observational Learning* adalah dimana seseorang mempelajari perilaku dari seorang. Hal tersebut adalah *modeling*, yang berarti dimana seseorang mereproduksi perilaku secara langsung dan mekanis. Siapa pun bisa menjadi model untuk dipelajari sikap dan perilakunya, contohnya adalah artis, orang tua, teman, dan lain-lain. (Baran & Davis, 2012).

Inhibition Effect adalah ketika seseorang mengamati perilaku model dan perilaku model tersebut mendapatkan hukuman, maka pengamat cenderung untuk meniru perilaku yang model lakukan tersebut. Berbanding terbalik dengan *Disinhibition Effect*. Sedangkan *Disinhibition Effect* adalah pengamat memperagakan perilaku model karena model tersebut mendapatkan penghargaan seperti halnya seorang pengamen jalanan. Pengamen tersebut memiliki suara yang merdu dan mendapatkan tawaran untuk mengikuti kontes Indonesian Idol. Maka pengamat cenderung mengikuti perilaku sang model tersebut. (Baranowsky, Perry, & Parcel, 1997).

Konsep teori Sosial Kognitif lainnya adalah *Self-Efficacy*. *Self-Efficacy* adalah dimana seorang pengamat cenderung yakin dengan apa yang akan ia lakukan. Contohnya adalah seseorang melihat dan mengamati perilaku model di media televisi. Namun orang tersebut sudah tahu terhadap sikap yang sudah ia miliki. (Bandura, 1999).

Media Sosial

Jejaring sosial adalah jenis media di mana orang berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio satu sama lain serta dengan bisnis dan sebaliknya. (Kotler & Keller, 2016). Menurut Kaplan & Haenlein (2010), ada enam jenis jejaring sosial: proyek komunitas (Wikipedia), blog dan mikroblog (Blogspot dan Twitter), grup konten (Tiktok dan YouTube), game virtual (The Sims), dan jejaring sosial virtual. Jenis ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan lebih mudah dan memungkinkan berbagai cara untuk menerima dan membagikan pesan (Kaplan & Haenlein, 2010).

Indikator Media Sosial

Menurut Buku Nasrullah, 2015: 6. Beberapa indikator media sosial , yaitu :

1) Kemudahan

Faktor kemudahan ini terkait dengan fungsionalitas proses pembuatan konten. Melalui media sosial, informasi tentang isu lingkungan dan inisiatif konservasi dapat dengan mudah diakses dan dibagikan oleh banyak orang, yang berperan penting dalam membentuk sikap warga dan kesadaran lingkungan.

2) Kepercayaan

Media sosial memainkan peran kunci dalam memperluas dan mempercepat penyebaran informasi tentang isu-isu lingkungan. Melalui unduhan, berbagi, dan kampanye media sosial, individu dapat mengembangkan sikap dan kesadaran lingkungan yang lebih positif. Masyarakat dapat saling mempengaruhi dan terinspirasi untuk melakukan tindakan nyata menjaga dan melestarikan lingkungan.

3) Kualitas Informasi

Kualitas informasi berarti keandalan, keseimbangan, dan objektivitas informasi yang disajikan oleh pengguna media sosial. Informasi yang akurat dan andal memengaruhi sikap pembeli tentang produk dan layanan yang ditawarkan.

Sikap

Sikap, menurut Kotler dan Keller, terdiri dari perasaan, evaluasi, dan kecenderungan seorang individu untuk menyukai atau tidak menyukai suatu hal. Ini dapat dikombinasikan dengan kecenderungan individu untuk menyukai atau tidak menyukai program atau kampanye perusahaan. (Kotler & Keller, 2012). Sedangkan menurut D. Krech dan RS. Sikap Crutchfield adalah organisasi tetap dari proses motivasi, perseptual, atau perseptual dalam kehidupan individu. (Ahmadi, 2007: 159).

Indikator Sikap

Secord dan Backman (1964), dalam (Azwar, 2013) menyatakan 3 dimensi sikap sebagai berikut:

1) Kognitif

Dimensi ini mengacu pada referensi pemikiran seperti pemrosesan, kesadaran, pengalaman, pengetahuan, dan keyakinan, serta berbagai keinginan individu terhadap objek tertentu.

2) Afektif

Berupa proses yang berhubungan dengan emosi tertentu, misalnya kepercayaan, dukungan, simpati, iri hati, antipati, suka atau tidak suka dan lain-lain yang diarahkan pada objek tertentu.

3) Konatif

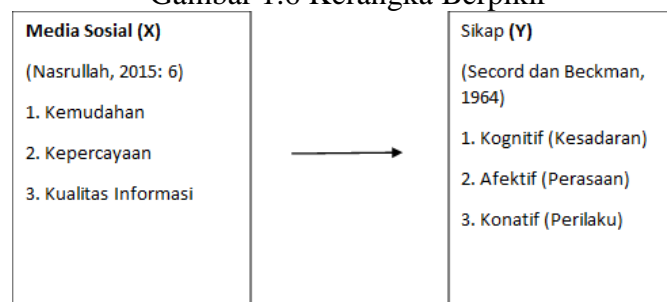
Tingkah laku, perbuatan dan tindakan yang berbentuk dari pemilik setting. Bagaimana orang berperilaku dalam suatu situasi dan terhadap stimulus sangat tergantung pada bagaimana mereka berpikir dan merasakan tentang stimulus itu.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah diagram cara berpikir yang dibuat atau ditulis untuk tujuan penelitian. Mereka didasarkan pada pertanyaan penelitian dan menggambarkan konsep atau menunjukkan hubungan antara beberapa konsep. (Gregor, 2009).

Berdasarkan kerangka penelitian di atas berupa pertanyaan-pertanyaan yang peneliti gunakan untuk membuat konsep dan mendeskripsikan proses penelitian. Berdasarkan hipotesis penelitian ini, terdapat model analisis sebagai berikut :

Gambar 1.6 Kerangka Berpikir



Hipotesis Teori

Hipotesis teoretis adalah pernyataan yang menjelaskan fakta yang ditegaskan atau eksperimental yang diamati dan diverifikasi oleh penelitian ilmiah. (C.V. Good, 1954). Berdasarkan hipotesis di atas, maka hipotesis teoritis merupakan jawaban awal terhadap masalah yang diajukan. Berbasis pada kerangka kerja yang telah disebutkan di atas, tinjauan teoritis, dan penelitian sebelumnya. Peneliti menetapkan media sosial sebagai variabel bebas dan sikap sebagai variabel terikat. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh media sosial terhadap sikap.

Ha : Diduga terdapat pengaruh media sosial terhadap sikap.

Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Konsep, kondisi kerangka kerja, dan prosedur implementasi dikembangkan. Penelitian kuantitatif menggunakan statistik yang diolah menjadi angka (nilai), yang bertujuan untuk mengidentifikasi hipotesis. Penelitian konkrit menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. (Bryman, 2012:239). Berdasarkan uraian teori di atas, peneliti menggunakan metode kuantitatif karena dapat menggambarkan materi secara gamblang dan otentik. Jenis sampel adalah sampel *purposive*, yaitu sampel yang digunakan untuk menentukan responden secara subyektif. (Earl Babbie, 2020:193). Dalam penelitian ini digunakan sampel sebagai responden dengan menyajikan kriteria pemilihan responden dengan menanyakan apakah responden merupakan *followers* Tiktok @pandawaragroup. Untuk tujuan penelitian, peneliti menggunakan teknologi untuk mengirimkan kuesioner kepada responden melalui *Google Forms*. Metode pengukuran skala Likert digunakan dalam survei bersama. Nanti, data yang diperoleh melalui formulir google akan diolah dengan SPSS untuk mengetahui hubungan antara hasil dan teori yang ada.

Positivisme, juga dikenal sebagai paradigma penelitian, berfokus pada hubungan antar variabel yang segera diteliti, mengamati permukaan fenomena tanpa memahami makna yang lebih dalam, dan mengukur fenomena dengan metode yang dapat diterima sehingga dapat memberikan penjelasan tentang hubungan sebab akibat antara peristiwa tertentu. (Park et al., 2020). Penelitian ini memakai paradigma tersebut guna menjabarkan hubungan antara program kampanye dengan sikap konsumen.

Populasi

Dalam domain generalisasi, populasi dapat dianggap sebagai semua anggota kelompok orang yang telah ditentukan sebelumnya. Furchan (2004). Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.000.000 *followers*. (Sumber : Tiktok @pandawaragroup).

Sampel

Menurut Neuman (2000), sampel adalah kelompok yang lebih kecil yang peneliti pilih dari kelompok yang lebih besar dan digeneralisasikan ke populasi (Neuman, 2011). Secara umum sampel adalah item yang diperiksa dan diambil dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Berdasarkan Rumus Slovin sampel yang akan dijadikan responden adalah 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 yaitu responden yang menjadi *followers* Tiktok @pandawaragroup.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Menghitung jumlah sampel menggunakan rumus slovin.

Keterangan :

n = Banyaknya contoh

N = Ukuran warga

e = Presisi yang ditetapkan 10%

Maka :

$$n = \frac{7.000.000}{1 + 7.000.000 (10\%)^2} = 99,99$$

Dibulatkan menjadi 100 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Salah satu metode pengumpulan data yang diteliti adalah kuesioner. Teknik kuesioner manakah yang menggunakan metode tanya jawab, di mana serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis diajukan dan kemudian dibagikan kepada responden. Teknik tersebut dipilih karena merupakan teknik akuisisi data yang cukup efisien. Kuesioner itu sendiri dapat terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup, artinya responden tidak dapat memilih satu dari dua alternatif yang disediakan oleh peneliti. (Katie Delahaye Paine, 2011). Dalam penelitian ini, skala pengukuran adalah skala Likert kategori yang memiliki lima opsi untuk pilihan jawaban. Setiap kategori diberi nilai khusus. (Arnold M. Lund, 2001). Sebagai berikut :

Tabel 1.1 SKALA LIKERT

Skala Likert	X	Y
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu	Ragu-ragu
4	Setuju	Setuju
5	Sangat Setuju	Sangat Setuju

Untuk mengukur variabel Media Sosial terdapat 3 (tiga) item indikator. Sedangkan untuk mengukur variabel Sikap menggunakan 3 (tiga) *item* indikator.

Operasional Konsep

Konsep operasional variabel diterjemahkan ke dalam alat ukur. Variabel yang dapat membantu peneliti merancang kuesioner untuk mengukur indikator yang ada. (Noor, 2015). Tabel berikut menunjukkan operasi konsep penelitian:

Tabel 1.2 Operasional Konsep

Variabel	Indikator	Dimensi	Penyataan
Media Sosial (X) (Nasrullah, 2015:6) Sikap (Secord dan Backman, 1964)	Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan 2. Mudah mendapat informasi isu-isu lingkungan. 3. Menyebarluaskan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada akun media sosial Pandawara Grup selalu memberikan informasi kegiatan membersihkan sampah. 2. Pada akun media sosial Pandawara Grup memberikan isu-isu tentang bahaya membuang sampah sembarangan. 3. Pada akun media sosial Pandawara Grup memberikan informasi kepada masyarakat dalam membentuk sikap dan kesadaran terhadap isu lingkungan.
	Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai peran kunci 2. Membentuk sikap 3. Saling mempengaruhi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akun media sosial Pandawara Grup mempunyai peran dalam memperluas dan mempercepat penyebaran

		<p>informasi tentang isu-isu lingkungan.</p> <p>2. Akun Pandawara Grup mempunyai peran membentuk sikap dan kesadaran membuang sampah pada tempatnya.</p> <p>3. <i>Followers</i> tiktok Pandawara Grup mempunyai peran dalam mempengaruhi masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya.</p>
	<p>Kualitas Informasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teliti 2. Tepat waktu 3. Sesuai <p>1. Pada akun media sosial Pandawara Grup memberikan informasi yang valid tentang sampah yang menumpuk di sungai.</p> <p>2. Pada akun media sosial Pandawara Grup selalu memberikan <i>update</i> terhadap konten membersihkan sungai di tiktok mereka.</p> <p>3. Konten tiktok Grup Pandawara memberikan informasi yang relevan tentang peristiwa aktual.</p>
	<p>Kognitif (Kesadaran)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran 2. Pengetahuan 3. Keyakinan <p>1. Melalui media sosial tiktok, Pandawara Grup berhasil meningkatkan sikap kesadaran <i>followers</i> tentang pentingnya melestarikan lingkungan.</p> <p>2. Pandawara Grup menambah pengetahuan <i>followers</i> mengenai pentingnya mengurangi sampah melalui konten di media sosial tiktok.</p> <p>3. Pandawara Grup berhasil menumbuhkan keyakinan <i>followers</i> pentingnya peduli lingkungan.</p>
	<p>Afektif (Perasaan)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan 2. Kepercayaan 3. Rasa suka atau tidak suka <p>1. <i>Followers</i> menyatakan dukungannya atas kampanye Pandawara Grup.</p> <p>2. Kepercayaan <i>followers</i> terhadap tanggung jawab</p>

			Pandawara Grup dalam membersihkan sampah di alam maupun tempat wisata. 3. <i>Followers</i> menyukai konten membersihkan sampah Pandawara Grup karena membawa manfaat bagi lingkungan.
	Konatif (Perilaku)	1. Perilaku 2. Tindakan 3. Perbuatan	1. Pandawara Grup berhasil membentuk perilaku <i>followers</i> untuk menjaga kelestarian lingkungan melalui konten media sosial tiktok mereka. 2. <i>Followers</i> turut serta dalam melakukan tindakan membuang sampah pada tempatnya. 3. <i>Followers</i> mengajak masyarakat khususnya orang terdekat untuk mengikuti kegiatan membuang sampah pada tempatnya.

4. Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum dari Pandawara Group

Kelompok Pandawara terdiri dari lima anak muda yang berasal dari Bandung dan beroperasi di media sosial Tiktok dengan akun @pandaragroup bertanda biru yang memiliki 7 juta pengikut. Tujuan kelompok ini adalah untuk mendorong orang untuk menghindari membuang sampah. Mereka telah beroperasi mulai pertengahan tahun 2022, dan tujuan awal mereka adalah membersihkan saluran air dan sungai di sekitar permukiman.

Dari 104 responden yang didapatkan, jenis kelamin yang terbanyak adalah laki – laki dengan 53,8% maka jumlah laki-laki yang mengisi kuesioner ini lebih banyak dibandingkan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia yang terbanyak adalah 19 tahun dengan persentase 16,3%.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas pernyataan yang tercantum dalam angket atau kuesioner. Untuk mengetahuinya, bandingkan nilai r hitung dengan r_{tabel} . Jika nilai r hitung lebih besar dari r_{tabel} , item pernyataan dinyatakan valid, tetapi jika nilai r_{hitung} lebih rendah dari r_{tabel} , item pernyataan dinyatakan tidak valid atau invalid. Pada penelitian ini Peneliti mempunyai 103 responden dan jika dilihat dari distribusi r tabel terdapat nilai 0,195.

Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Media Sosial (X)				
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Keterangan
X.1	0,684	0,195	0,000	VALID
X.2	0,637	0,195	0,000	VALID
X.3	0,579	0,195	0,000	VALID
X.4	0,706	0,195	0,000	VALID
X.5	0,664	0,195	0,000	VALID
X.6	0,685	0,195	0,000	VALID

X.7	0,705	0,195	0,000	VALID
X.8	0,663	0,195	0,000	VALID
X.9	0,541	0,195	0,000	VALID

Sumber : Olah data SPSS

Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel x yaitu media sosial dimana pada indikator tertinggi dinyatakan valid dengan nilai 0,706 karena dari pada akun pandawara grup mempunyai peran penting mempercepat penyebaran informasi tentang isu-isu lingkungan. Kemudian dari indikator terendah adalah dengan nilai 0,541 mengenai kualitas informasi yang sesuai, meskipun nilai tersebut dinyatakan valid masih banyak dari konten pandawara group yang tidak relevan dengan peristiwa aktual sesuai di lapangan.

Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Sikap (Y)				
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
Y.1	0,571	0,195	0,000	VALID
Y.2	0,596	0,195	0,000	VALID
Y.3	0,676	0,195	0,000	VALID
Y.4	0,711	0,195	0,000	VALID
Y.5	0,682	0,195	0,000	VALID
Y.6	0,692	0,195	0,000	VALID
Y.7	0,653	0,195	0,000	VALID
Y.8	0,637	0,195	0,000	VALID
Y.9	0,648	0,195	0,000	VALID

Sumber : Olah data SPSS

Dari hasil pengujian validitas pada tabel di atas, terdapat 18 pernyataan yang tergabung dari kedua variabel X (Media Sosial) dan Y (Sikap), terlihat bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena seluruh hasil r_{hitung} pada 18 item pernyataan tersebut lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,195 di mana r_{hitung} variabel X nilai terendahnya 0,541 dan r_{hitung} variabel Y nilai terendahnya 0,571.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	9

Sumber : Olah data SPSS

Hasil uji reliabilitas untuk variabel X (media sosial) di tabel 1.5 menunjukkan bahwa alfa cronbach variabel ini lebih tinggi dari nilai dasar, yaitu 0,830 lebih besar dari 0,6. Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang tercantum dalam kuesioner variabel (X) dapat dianggap reliabel.

Tabel 1.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	9

Sumber : Olah data SPSS

Untuk uji reliabilitas variabel sikap, tabel 1.6 menunjukkan bahwa nilai alfa cronbach variabel sikap adalah 0,830, dan angka ini lebih besar dari 0,6, yang menunjukkan bahwa indikator keseluruhan variabel sikap itu reliabel.

Setelah analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel-variabel sikap dan media sosial serta indikator-indikatornya memiliki validitas yang memenuhi syarat dan dapat diandalkan sebagai alat penelitian.

Uji Korelasi

Tabel 1.7 Correlations

Correlations			
		Total X	Total Y
Total X	Pearson Correlation	1	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	103	103
Total Y	Pearson Correlation	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	103	103

Sumber : Olah data SPSS

Terlihat pada tabel 1.7 hasil uji analisis korelasi bahwa dalam hubungan yang terbentuk antara variabel independen (bebas) atau variabel X yaitu media sosial dengan variabel dependen (terikat) atau variabel Y yaitu sikap, terdapat nilai kekuatan sebesar 0,628. Nilai korelasi Pearson ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel X media sosial dan variabel Y sikap. Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Nilai korelasi sebesar 0,628 tersebut masuk ke rentang skala 0,81 – 1,00 (korelasi sempurna). Dengan kata lain konten media sosial tiktok Pandawara *Group* memiliki peran penting terhadap sikap mengurangi sampah pada *followers* tiktok @pandawaragroup.

Analisis Regresi

Untuk mengetahui bagaimana variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), analisis regresi digunakan.

Tabel 1.8 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	647.251	1	647.251	65.617	.000 ^b
Residual	996.264	101	9.864		
Total	1643.515	102			

Sumber : Olah data SPSS

Dapat diketahui dari keterangan tabel di atas bahwa terdapat nilai F_{hitung} sebesar 65.617 dengan hasil nilai Sig. yaitu 0,000 atau lebih rendah dari 0,05 sebagai syarat keputusan valid pengujian ini. Dari hasil pengujian tersebut, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Y atau Sikap. Dengan kata lain ada pengaruh variabel Media sosial (X) terhadap variabel Sikap (Y).

Uji Hipotesis

Setelah hasil uji F dikatakan valid dan model regresi dapat digunakan dalam memprediksi pengaruh variabel terbentuk, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis uji hipotesis atau uji T t sebagai cara untuk mengetahui secara signifikan perolehan hasil dari hipotesis praduga yang telah diasumsikan sebelumnya. a. Dalam hal ini, asumsi keputusan valid dapat diketahui dari perolehan nilai Sig. harus lebih rendah dari 0,05 dengan output T_{hitung} lebih tinggi dari T_{tabel} . Perolehan hasil Uji T pada penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 1,9 Uji T_{hitung} Media Sosial (X) Terhadap Sikap (Y)

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
B		Std. Error	Beta		
(Constant)	16.982	2.717		6.251	.000
Total X	.591	.073	.628	8.100	.000

Sumber : Olah data SPSS

Perolehan hasil pada tabel Uji T atau Uji hipotesis bertumpu pada nilai Sig. sebesar 0,000 dan *output* dari T_{hitung} adalah 8.100. Dari perolehan hasil tersebut dapat diasumsikan telah memenuhi asumsi keputusan valid sebab nilai Sig. 0,000 lebih rendah dari 0,05 sehingga dapat diasumsikan bahwa hipotesis praduga H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga secara tidak langsung penelitian saat ini memperoleh hasil bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap mengurangi sampah pada *followers* akun tiktok @pandawaragroup.

Selain itu, output Uji T dipertegas dengan nilai T_{hitung} sebesar 8.100 yang lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1.980 dengan perumusan sebagaimana berikut :

$$\begin{aligned}
 &= a/2 ; n - k - 1 \\
 &= 0,05/2 ; 103 - 1 - 1 \\
 &= 0,025 ; 101
 \end{aligned}$$

Rumusan tersebut menjadi tolak ukur dalam menentukan nilai t_{tabel} yakni 1.980 yang diketahui dari distribusi t_{tabel} . Adapun output parsial yang diketahui dari nilai constant (a) 16.982 di mana menjadi hasil persamaan regresi dan terdapat nilai koefisien regresi (b) 0,591. Dalam hal ini perolehan hasil dari konteks tersebut dapat diketahui sebagaimana dengan perumusan berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 Y &= 16.982 + 0.591X
 \end{aligned}$$

Dapat diketahui dari perolehan hasil tersebut bahwa adanya pengaruh secara parsial antara pengaruh media sosial terhadap sikap mengurangi sampah pada *followers* tiktok @pandawaragroup sebesar 16.982 jika tidak mengalami perubahan positif maupun negatif pada variabel terkait. Untuk perolehan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.591 dapat disimpulkan bahwa akan ada peningkatan 1% jika media sosial memiliki pengaruh positif di

luar penelitian saat ini dan pengaruh positif tersebut kembali berpengaruh terhadap sikap mengurangi sampah pada followers tiktok @pandawaragroup sebesar 0,591.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi merupakan tahap akhir. Dapat diketahui dari output Uji Koefisien Determinasi sebagai sarana dalam mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan atas hipotesis yang diterima dalam bentuk persentase sebagaimana keterangan pada tabel di bawah :

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.388	3.141

Sumber : Olah data SPSS

Koefisien determinasi adalah nol hingga satu. Variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 39 persen, menurut nilai R² 0,394, yang dapat dilihat dari tabel di atas untuk melihat besarnya pengaruh. Sedangkan sisanya (100% - 39% = 61%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada pembahasan kali ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap sikap mengurangi sampah pada followers tiktok @pandawaragroup. Hasil tersebut dapat diuraikan secara ringkas dari data analisis statistika sebagai berikut.

Dari hasil data penelitian diatas terdapat satu dimensi pada variabel X yang signifikan atau berpengaruh terhadap sikap yaitu indikator kepercayaan dimana nilai tertinggi terletak pada dimensi mempunyai peran kunci dalam memperluas dan mempercepat penyebaran informasi tentang isu-isu lingkungan. Sedangkan indikator dengan kontribusi terendah adalah sesuai, konten tiktok Pandawara Grup memberikan informasi yang relevan tentang peristiwa aktual, meskipun nilai tersebut dinyatakan valid masih banyak dari konten pandawara group yang tidak relevan dengan peristiwa aktual sesuai di lapangan.

Pada variabel Y, indikator dengan nilai paling tinggi terletak pada afektif dengan dimensi dukungan, *followers* menyatakan dukungannya atas kampanye Pandawara Group di sosial media tiktok. Nilai terendah terdapat pada indikator kognitif dengan dimensi kesadaran, melalui media sosial tiktok Pandawara Group belum terlalu berhasil meningkatkan sikap kesadaran *followers* tentang pentingnya melestarikan lingkungan.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menunjukkan bahwa variabel Media sosial dan Sikap dinyatakan valid dan reliabel. Hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulannya adalah benar terbukti jika Media sosial Tiktok @pandawaragroup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, hasil uji koefisien determinasi dan signifikansi menunjukkan variabel Media sosial berpengaruh terhadap Sikap.

Berdasarkan uraian pembahasan dan data yang sudah dijelaskan di atas, maka saran yang diberikan kepada Pandawara Group dengan tiktok @pandawaragroup yang membuat konten sebaiknya lebih memaksimalkan kembali akan kehadiran *followers* sebagai salah satu agen yang membawa perubahan di masyarakat sekitar.

Penelitian selanjutnya pada bidang ilmu komunikasi, disarankan agar menggali lebih dalam mengenai faktor Media Sosial yang dapat mempengaruhi Sikap.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, S. (2011). *Sikap dan Perilaku Manusia: Teori dan Pengukurannya*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi.
- Wawan, A. D. M. (2011). *Teori & pengukuran pengetahuan, sikap dan perilaku manusia dilengkapi contoh kuesioner*. Nuha Medika: Yogyakarta.

Jurnal Artikel

- Hanifah, W., Prananingrum, E. N., & Sutjipto, V. W. (2022). Pengaruh Kampanye # PawaiBebasPlastik Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Followers Instagram @ iddkp The Effect of The # PawaiBebasPlastik Campaign on Environmental Care Behavior Instagram Followers @ iddkp, 5(2), 37–44.
- Magdalena, M., Kunci, K., & Pendahuluan, I. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli, 2(2), 313–324.
- Nurchayanti, L. A., & Cahyaningrum, Q. N. (2022). PESAN KAMPANYE BBOB 2.0 #KERENTANPANYAMPAH THE BODY SHOP PADA SIKAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN (Survei Pada Followers Instagram @thebodyshopindo.impact). *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 28(1), 1–7.
- Rahmadhani, P., Dwi, I., & Sari, M. (2022). Pengaruh Media Sosial Twitter @ Greenpeace . Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan, 9(2), 633–646.
- Ramadhan, R. (2019). Pengaruh media sosial instagram, 1(1), 60–66.
- Ramadhani, C., & Hadi, S. P. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @nazlaalifa TERHADAP GAYA HIDUP. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 38.
- Raspati, P. A., & Setiowati, E. (2021). Pengaruh Program Reality Show Kepolisian terhadap Sikap Penonton di Jakarta. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(1), 29–34. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i1.118>

Website

- Produksi Sampah di Bandung Meningkat Tiap Tahun*. (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6724978/produksi-sampah-di-bandung-meningkat-tiap-tahun>
- Pandawara Group Raih Penghargaan Indonesia Green Awards 2023, Warga Indonesia: Selamat ya, Salut dan Bangga! - Liputan Bekasi*. (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://www.liputanbekasi.com/nasional/1267867734/pandawara-group-raih-penghargaan-indonesia-green-awards-2023-warga-indonesia-selamat-ya-salut-dan-bangga>
- Pandawara Group Go International, Kini Diliput Vlogger Nas Daily : Okezone Video*. (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://video.okezone.com/play/2023/02/15/1/162688/pandawara-group-go-international-kini-diliput-vlogger-nas-daily>
- Jadi TikTok Local Heroes 2022, Ini Cerita Menarik di Balik Pandawara Group*. (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://money.kompas.com/read/2022/12/22/202500126/jadi-tiktok-local-heroes-2022-ini-cerita-menarik-di-balik-pandawara-group>
- Pandawara Group: Aksi Anak Muda Bersihkan Sampah yang Viral di TikTok | Narasi TV*. (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://narasi.tv/read/narasi-daily/siapa-pandawara-group>

- Pandawara Group, 5 Pemuda yang Viral karena Bersihkan Sampah, Ternyata Korban Banjir.* (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://www.kompas.com/hype/read/2023/01/16/143754066/pandawara-group-5-pemuda-yang-viral-karena-bersihkan-sampah-ternyata-korban>
- Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awal 2023.* (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Sampah Harian Warga Kota Bandung Terbanyak se-Jawa Barat.* (n.d.). Retrieved June 8, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/02/sampah-harian-warga-kota-bandung-terbanyak-se-jawa-barat>
- Bandung Belum Bebas dari Krisis Sampah | BandungBergerak.id.* (n.d.). Retrieved July 6, 2023, from <https://bandungbergerak.id/article/detail/15642/bandung-belum-bebas-dari-krisis-sampah>
- Pandawara Group: Pemuda Inspiratif Penggiat Bebersih Sungai.* (n.d.). Retrieved July 6, 2023, from <https://waste4change.com/blog/pandawara-group-pemuda-inspiratif-penggiat-bebersih-sungai/>
- Mengapa TikTok Berkembang Pesat? Ini Alasannya - Suara Banyumas.* (n.d.). Retrieved July 6, 2023, from <https://suarabanyumas.com/mengapa-tiktok-berkembang-pesat-ini-alasannya/>
- Pemkot Bandung Nggak Pengelolaan Sampah Rp2,6 Miliar - ANTARA News Megapolitan.* (n.d.). Retrieved July 6, 2023, from <https://megapolitan.antarane.ws.com/berita/28444/pemkot-bandung-nunggu-pengelolaan-sampah-rp26-miliar>
- Dorong Kang Pisman sebagai Gerakan Masif, PKK Kota Bandung Gelar Workshop Pengelolaan Sampah Mandiri - Kabar Alam.* (n.d.). Retrieved July 6, 2023, from <https://www.kabaralam.com/komunitas/5939291271/dorong-kang-pisman-sebagai-gerakan-masif-pkk-kota-bandung-gelar-workshop-pengelolaan-sampah-mandiri>